

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH PADA USAHA MIKRO DAN KECIL
(Study BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar
Lampung)**



Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

**Maya Mailina
NPM: 1351020086
Jurusan: Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1438 H / 2017 M**

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MUSYARAKAH
PADA USAHA MIKRO DAN KECIL
(Study BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang Jl. Jendral Sudirman
Bandar Lampung)**

Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

**Maya Mailina
NPM: 1351020086**

Jurusan: Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si.

Pembimbing II : A.Zuliansyah,.M.M

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1438 H / 2017 M**

ABSTRAK

Berdasarkan laporan keuangan publikasi BUS (Bank Umum Syariah) bahwa uraian pembiayaan musyarakah PT.BNI Syariah menduduki peringkat ke lima dengan nominal dari bulan July 2016 sebesar Rp 2.705.334 sampai dengan bulan Desember 2016 Rp 3.012.748 maka jumlah total pembiayaan musyarakah yang terealisasi dari July sampai dengan Desember sebesar Rp 16.898.358. Sedangkan pada peringkat pertama ditempati oleh PT. Bank Muamalat Indonesia yang memperoleh nominal dari bulan July 2016 Rp 20.801.970 sampai dengan bulan Desember 2016 Rp belum maka jumlah total pembiayaan musyarakah yang terealisasi dari July sampai Desember 2016 sebesar Rp.

Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwa realisasi pembiayaan dari bulan July 2016 sampai bulan Desember 2016 PT. Bank BNI Syariah masih menduduki peringkat ke lima pada pembiayaan musyarakah. Dan realisasi pembiayaan musyarakah terbanyak adalah PT. Bank Muamalat Indonesia. Dari data tersebut maka peneliti tertarik dengan meneliti tentang bagaimana pengembangan produk pembiayaan musyarakah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman Bandar Lampung, karena realisasi pembiayaan musyarakah terbanyak masih di tempati oleh PT. Bank Muamalat Indonesia.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif yang diambil dari pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus sehingga dari yang khusus diketahui hasil dari pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil (UMKM) dan bagaimana penerapan perspektif ekonomi Islam, studi: BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Enggal, Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara pegawai BNI Syariah, dokumentasi yang bersangkutan dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha, mikro dan kecil (Study BNI Syariah) adalah cukup berkembang dan berhasil dilihat dari banyaknya nasabah yang menggunakan akad musyarakah dengan persentase sebesar 50% untuk pembiayaan musyarakah per maret 2017. Contoh usaha yang dibiayai oleh BNI Syariah yaitu antara lain : usaha tambak udang, usaha bahan bangunan, pedagang eceran seperti pupuk dan bawang. Dengan proses yang mudah akad musyarakah berhasil menjadi akad yang paling didominasi digunakan oleh para nasabah.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, Pembiayaan Musyarakah, UMKM



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl.Let.Kol. H.Endro Suratmin Sukarama I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK
PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA USAHA
MIKRO DAN KECIL (Studi BNI Syariah Kantor
Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung)**

Nama : **Maya Mailina**

NPM : **1351020086**

Jurusan/Fakultas : **Perbankan Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Telah dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Monaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

**Bandar Lampung, Agustus 2017
Pembimbing II,**

Dr.Hj.Heni Noviarita, S.E.,Msi
NIP.196511201992032002

A.Zuliansyah,.M.M
NIP. 198302222009121003

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

Ahmad Habibi, S.E., M.E.
NIP.197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl.Let.Kol. H.Endro Suratmin Sukarama I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ **ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA USAHA MIKRO DAN KECIL(Studi BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung)**, disusun oleh Nama : **Maya Mailina NPM. 1351020086**, Jurusan **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: **Senin, 14 Agustus 2017**.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : Ahmad Habibi,S.E.,M.E, (.....)

Sekretaris : Muhammad Iqbal, M.E.I (.....)

Penguji I : Budimansyah, S.Th.,M.Kom.I (.....)

Penguji II : A.Zuliansyah,M.M (.....)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung**

**Dr. Moh. Bahrudin, M.A.
NIP.195808241989031003**

MOTTO

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۖ وَظَنَّ دَاوُدُ
أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٣٤﴾

*"Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat"*¹

¹ Moh Rifa'I dan Rosihin Abdulghoni, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Semarang: CV WICAKSANA),h. 70

PERSEMBAHAN

Sebagai ungkapan cinta, sayang dan rasa hormat yang tak terhingga skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Anggari dan Mamak Listiani terimakasih sudah mengandungku, membesarkanku, dan mendidikku menjadi orang yang tangguh dalam menjalani kehidupan ini, tanpa kehadiran kalian aku sebagai seorang anak mungkin tidak ada artinya. Hanya do'a kalian lah yang menuntunku menjadi wanita kuat untuk menjadi seorang yang berguna untuk hidupku.
2. Abangku Ari Saputra, Arki Febriansyah dan Adikku Mila Anggari, serta keluarga besarku yang selalu mendukung membantu dan senantiasa memberikan motivasi, dan semangat kepadaku.
3. Kedua orang tua angkatku terimakasih, Bapak Heru Pranoto, Ibu Siti Uswatun Khasanah, Adikku M.Reza Rahman Insani HP dan Farisa Yumna Puspita Ningrum HP terimakasih selama ini sudah menjadi bagian dari keluargaku 5 tahun terakhir ini tanpa adanya kehadiran kalian saya tidak mungkin bisa menyandang gelar sarjana ini, mendidiku, membantuku untuk tumbuh menjadi orang yang berguna di masa depan.
4. Almamater tercinta Fakuls Ekoomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung tempatku menimba Ilmu pengetahuan dan telah mendidik menjadi lulusan sarjana yang amanah.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung, pada tanggal 10 Mei 1993. Dengan nama lengkap Maya Mailina buah hati dari pasangan bapak Anggari dan Ibu Listiani. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Pendidikan formal yang pernah ditempuh adalah sebagai berikut: Pada Tahun 2007 saya lulus dari Sekolah Dasar Negeri 1 Karang Maritim Bandar Lampung. Dilanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di Dharmapala Bandar Lampung Tamat Tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 4 Bandar Lampung Tamat Tahun 2013. Pada Tahun Akademik 2013/2014 Mengikuti Program Sastra 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Lampung.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT pencipta semesta alam dan segala isinya yang telah memberikan hidayah, taufik, dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriringan salam disampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah mewariskan dua sumber cahaya kebenaran dalam perjalanan manusia hingga akhir yaitu Al-Qur'an dan Hadits.

Penulisan skripsi ini diajukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Lampung. Pada penulisan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu melalui skripsi ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat.

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Lampung.
2. Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Bapak Ahmad Hazas Syarieff, M.E.I selaku sekretaris jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Lampung.
3. Ibu Heni Noviarita, SE., M.S.i selaku pembimbing I dan Bapak A.Zuliansyah, MM selaku pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan secara ikhlas dan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Lampung yang telah ikhlas memberikan ilmu-ilmunya dan motivasi penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Lampung.
5. Kepala perpustakaan pusat Universitas Islam Negeri Lampung dan perpustakaan Fakultas Syari'ah beserta staf yang telah turut memberikan data berupa literatur sebagai sumber dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Moch. Farizal selaku karyawan di unit SME Officer (pembiayaan produktif) BNI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung yang membantu dalam proses penelitian skripsi ini.

7. Kedua Orang tuaku tercinta Ayahanda Anggari dan Ibunda Listiani, kakak, adik, serta keluarga besar saya yang senantiasa selalu berdo'a untuk keberhasilan saya dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Lampung.
8. Sahabatku Nurna Malya, Fitria Anggraini, Alm. Elsa Maylianah, Alm. Merias Wulan Lukita.
9. Teman-teman jurusan Perbankan Syariah kelas A, B, C, D angkatan pertama tahun 2013 khususnya teman-teman terbaikku yang sama-sama telah berjuang untuk menyelesaikan skripsi (Rananda Iman Cahya, Eri Ernawati, Yosi Susanti, Nun Asiah, Evi Evrianti, Arnis Alfiana, Nur Amalia Sholeha)
10. Teman-teman AP3 SMK N 4 Bandar Lampung dan teman-teman KKN (Mislili Nova Afika, Imelda)
11. Keluarga besar SMK NEGERI 8 Bandar Lampung dan anak-anakku kelas XI PS2.
12. Rekan-rekan mahasiswa seperjuangan yang telah memberikan semangat, motivasi serta ikut membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap berapa pun kecilnya karya tulis (skripsi) ini dapat memberi manfaat, khususnya bagi penulis secara pribadi dan bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 09 Juni 2017

Penulis

Maya Mailina

NPM.1351020086

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Metode Penelitian	11
G. Metode Pengumpulan Data	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah	17
1. Definisi Bank Syariah	17
2. Dasar Hukum Perbankan Syariah	19
3. Produk-produk Perbankan Syariah	20
B. Pembiayaan Musyarakah	26
1. Pengertian Musyarakah	26
2. Landasan Hukum Musyarakah	28
3. Jenis-jenis Musyarakah.....	32
4. Praktik Pembiayaan Musyarakah Pada Bank Syariah	34
5. Mekanisme Musyarakah.....	35
6. Manfaat Musyarakah	37

C. Analisis Pasar Dan Strategi Pemasaran.....	37
1. Karakteristik dan Klasifikasi Produk	37
2. Klasifikasi Produk.....	39
3. Teknik Daur Kehidupan Produk (<i>Product Life Cycle</i>).....	40
4. Bauran Pemasaran.....	42
5. Pengembangan Produk.....	45
6. Usaha Mikro dan Kecil (UMKM)	41

BAB III Laporan Penelitian

A. Gambaran Umum BNI Syariah	62
1. Sejarah BNI Syariah	62
2. Produk-Produk BNI Syariah	63
3. Visi dan Misi BNI Syariah	64
4. Struktur Organisasi BNI Syariah	65
5. Alur Pembiayaan BNI Syariah	66
B. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil	68
C. Hasil Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro Dan Kecil	70
D. Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil	72

BAB IV ANALISIS DATA

A. Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro Dan Kecil di BNI Syariah Cabang Tanjungkarang, Jl. Jendral Sudirman, Bandar Lampung	75
B. Tinjauan Hukum Islam Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran II : Pedoman Wawancara
- Lampiran III : Brosur Produk Pembiayaan Produktif PT.BNI Syariah Kantor
Cabang Tanjungkarang, Bandar Lampung
- Lampiran IV : Aplikasi Pembiayaan
- Lampiran V : Blanko Konsultasi
- Lampiran V I : Struktur Organisasi
- Lampiran VII : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Laporan Keuangan Publikasi Bank Umum Syariah (BUS)	8
Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT.BNI Syariah	71
Gambar 1.3 Alur Pembiayaan Musyarakah PT. BNI Syariah	73
Gambar 1.4 Hasil Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum melangkah pada pembahasan selanjutnya terlebih dahulu penulis akan menegaskan arti dan maksud dari istilah-istilah yang terdapat judul ini. dengan adanya penegasan tersebut diharapkan tidak akan menimbulkan pemahaman yang berbeda dengan apa yang penulis maksudkan. Adapun judul ini adalah **“Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil” (Studi Pada BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman Enggal Bandar Lampung)**”. Pada judul tersebut yang perlu ditegaskan sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk

Strategi ini menyangkut perubahan atau penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk.¹

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN, 2005), h. 229

2. Musyarakah

Sebuah kerja sama yang dibentuk untuk melakukan proyek tertentu, biasanya dalam jangka waktu yang terbatas. Hal tersebut mirip dengan usaha gabungan. Semua pihak terlibat dalam keuangan bisnis. Keuntungan dibagi berdasarkan rasio yang disetujui dan kerugian dibagi berdasarkan besarnya kontribusi modal.²

3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas ke masyarakat. Sektor ini juga dapat berperan dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional.³

4. PT. Bank BNI Syariah

Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan

² Veithzal Rivai, et. Al. *Islamic Financial Management* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 219

³ Ade Komarudin, *Politik Hukum Integratif UMKM, Kebijakan Negara Membuat UMKM Maju dan Berdaya Saing*, (Jakarta: RMBOOKS, 2014), h. 1

31 Kantor Cabang Pembantu.⁴ Pada tahun 2006 dibuka Kantor Cabang BNI Syariah terletak di Jl.Jendral Sudirman No 62 Enggal, Bandar Lampung. Sebagaimana BNI Syariah adalah sebagaimana dalam visi dan misi yaitu menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja, memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.⁵

Dari definisi-definisi istilah di atas, maka yang dimaksud “Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil dari BNI Syariah” adalah bagaimana pengembangan produk pembiayaan Musyarakah dan bagaimana penerapan perspektif ekonomi Islam pembiayaan Musyarakah pada BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman No.62 Enggal, Bandar Lampung.

B. Alasan Memilih Judul

Ada beberapa alasan yang menjadi motivasi penulis untuk memilih judul ini sebagai bahan untuk penelitian, diantaranya sebagai berikut:

⁴ *Sejarah BNI Syariah” (On-line)*, tersedia di:<http://www.bnisyariah.co.id.htm> (08 Juni 2017 Pukul 20:21).

⁵ Visi dan Misi Serta Tahun Didirikannya PT. BNI Syariah, Data Diperoleh Dari Hasil Wawancara Bersama Bapak Moch. Farizal Pada Hari Minggu Tanggal 10 September 2017 .

1. Alasan Objektif

- a. Persoalan ini merupakan persoalan yang menarik untuk teliti. Hal ini mengingat penerapan akad musyarakah di BNI Syariah salah satu akad yang didominasi untuk usaha produktif.
- b. Akad musyarakah merupakan akad yang sering digunakan nasabah untuk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil.

2. Alasan Subjektif

- a. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini merupakan salah satu masalah penerapan atau praktik pihak bank karena Perbankan Syari'ah saat ini sudah banyak diminati oleh seluruh kalangan masyarakat.
- b. Ruang lingkup pembahasannya termasuk dalam salah satu bidang ilmu pengetahuan yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam yakni produk perbankan syari'ah.
- c. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang hal yang berkaitan dengan permasalahan tersebut di atas.

C. Latar Belakang Masalah

Bank Islam atau selanjutnya disebut Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa

lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁶

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Pengelolaan pemasaran bank yang profesional inilah yang kita sebut dengan manajemen pemasaran bank.⁷

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apa pun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita sebagai produk. Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya, produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi ini disebut juga produk plus. Untuk merebut calon nasabah, maka bank harus

⁶ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 2

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 194

berusaha keras. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu menarik perhatian, sehingga berminat untuk membeli produk bank.⁸

Dalam mengembangkan produk ada dua tingkatan produk yaitu, yang pertama melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan *latent* dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang, yang kedua melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.⁹

Musyarakah berasal dari kata *syirkah*. Syirkah artinya percampuran atau interaksi. Secara terminologi, syirkah adalah persekutuan usaha untuk mengambil hak atau untuk beroperasi. Musyarakah sebagai akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dengan kondisi masing-masing pihak memberikan kontribusi dana, dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian berdasarkan porsi kontribusi dana.¹⁰

Pertumbuhan dan ketahanan UMKM terhadap badai krisis moneter yang pernah melanda dunia termasuk Indonesia telah membuktikan bahwa sektor ini salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya. Ini

⁸ *Ibid*, hlm. 216-221

⁹ Muhammad *Op.Cit.* h. 228-229

¹⁰ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, *Akutansi Perbankann Syariah Teori dan Praktek Kontemporer* (Jakarta: Salemba Empat, 2014),h. 134

merupakan kebijakan tegas bagi kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Terlebih lagi bila melihat ketentuan Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 yang menegaskan bahwa UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹¹

Data tabel

¹¹Ade Komarudin. *Op.Cit.* h. 3

Berdasarkan laporan keuangan publikasi BUS (Bank Umum Syariah) di atas dilihat bahwa uraian pembiayaan musyarakah PT.BNI Syariah menduduki peringkat ke lima dengan nominal dari bulan Juli 2016 sebesar Rp 2.705.334 juta sampai dengan bulan Desember 2016 Rp 3.012.748 juta maka jumlah total pembiayaan musyarakah yang terealisasi dari Juli sampai dengan Desember sebesar Rp 16.898.358 juta. Sedangkan pada peringkat pertama ditempati oleh PT. Bank Muamalat Indonesia yang memperoleh nominal dari bulan Juli 2016 Rp 20.801.970 juta sampai dengan bulan Desember 2016 Rp 20.900.776 juta maka jumlah total pembiayaan musyarakah yang terealisasi dari July sampai Desember 2016 sebesar Rp. 124.947.782 juta.

Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwa realisasi pembiayaan dari bulan July 2016 sampai bulan Desember 2016 PT. Bank BNI Syariah masih menduduki peringkat ke lima pada pembiayaan musyarakah. Dan reaslisasi pembiayaan musyarakah terbanyak adalah PT. Bank Muamalat Indonesia. Dari data tersebut maka peneliti tertarik dengan meneliti tentang bagaimana pengembangan produk pembiayaan musyarakah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman Bandar Lampung, karena realisasi pembiayaan musyarakah terbanyak masih di tempati oleh PT. Bank Muamalat Indonesia.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang menjadi objek penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengembangan produk Musyarakah pada usaha mikro dan kecil pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung?
2. Bagaimanakah penerapan perspektif ekonomi Islam dalam pembiayaan musyarakah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Adapun tujuan penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung.
 - b. Untuk mengetahui penerapan perspektif ekonomi Islam dalam pembiayaan musyarakah pada Bank BNI Syariah.
2. Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah:
 - a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan lembaga keuangan mikro syariah yaitu tentang pengembangan produk pembiayaan *Musyarakah* terhadap pengembangan UMKM.

- b. Secara praktis, sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan terkait dengan masalah penelitian serupa.

F. Metode Penelitian

Untuk melakukan suatu penelitian agar lebih sistematis, terarah dan sampai tujuan yang diinginkan, penulis akan menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Menurut jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*) mengadakan pengamatan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dan penelitian ini menggunakan wawancara yang bertempat di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman Bandar Lampung.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu suatu penelitian yang dilihat, didengar, dan dirasakan dalam jalannya pengembangan produk pembiayaan menggunakan akad musyarakah.

2. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer data yang diperoleh dari sumber asli dari lapangan atau lokasi penelitian. Kemudian penulis mengadakan observasi dan tanya jawab secara lisan kepada karyawan Bank BNI Syariah untuk lebih

mendalami pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil.

b. Data Skunder

Data skunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku perpustakaan dengan cara membaca, menelaah, mencatat sebagai literatur atau bahan yang sesuai dengan permasalahan yang di bahas, serta jurnal terdahulu.

G. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. pengamatan dan pencatatan ini dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa. Untuk mengumpulkan sebuah data dengan berfungsi ganda, sederhana dan dapat dilakukan tanpa menghabiskan biaya.¹² Peneliti menggunakan observasi langsung ke lokasi tempat penelitian, dan disana peneliti mengamati dan mempelajari fakta-fakta yang ada dilapangan khususnya yang berhubungan dengan pengembangan produk pembiayaan musyarakah di Bank BNI Syariah Kantor cabang Tanjungkarang No.62 Enggal Bandar Lampung.

¹² Nurul Zuriah , *Metedologi Penelitian Teori – Aplikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti wawancara ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.¹³ Untuk mendapatkan data dilakukan wawancara. Peneliti melakukan wawancara kepada karyawan Bank BNI Syariah untuk mengetahui pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang No.62 Enggal Bandar Lampung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan buku, surat kabar, majalah, agenda, brosur dan data-data tertulis lainnya. Dalam hal ini penulis melaksanakan pelaksanaan penelitian di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl.Jendral Sudirman No.62 Bandar Lampung, yakni yang berhubungan dengan pengembangan produk pembiayaan musyarakah.

¹³ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 137

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁴ Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah karyawan yang terlibat dalam PT. BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman Bandar Lampung berjumlah 68 orang jadi yang menjadi populasi dalam penelitian ini berjumlah 68 orang.

b. Sampel

Sampel dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*). Peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan. Selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya. Peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap. Dalam proses penentuan sampel seperti dijelaskan di atas, berapa besar sampel tidak dapat ditentukan sebelumnya.¹⁵

¹⁴Sugiyono, *Op.Cit.* h. 215

¹⁵ Sugiyono, *Op.Cit.*h. 219

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi participant, wawancara mendalam studi dokumentasi, dan gabungan ketiganya atau triangulasi.¹⁶

Data yang telah diperoleh, baik data primer maupun data sekunder terlebih dahulu diedit untuk mendapatkan data yang sempurna, lengkap dan valid. Selanjutnya data dikumpulkan, diseleksi dan diklasifikasikan serta disusun secara sistematis sesuai dengan kelompok-kelompok pembahasan terhadap permasalahan.

6. Analisis Data

Data dilakukan lebih banyak bersamaan dengan pengumpulan data. Tahapan dalam penelitian kualitatif adalah tahap memasuki lapangan dengan grand tour dan minitour question, analisis data dilakukan dengan analisis taksonomi. Selanjutnya pada tahap selection, pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan struktural, analisis data dengan analisis komposisional. Setelah analisis komposisional dilanjutkan analisis tema.¹⁷ Data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder dikelompokkan dan disusun secara sistematis. Selanjutnya data tersebut dianalisis kualitatif yaitu data

¹⁶Sugiyono, Op.Cit. h. 293

¹⁷ *Ibid*, h. 293-294

yang tidak merupakan perhitungan dan pengujian angka-angka, tetapi dideskriptifkan dengan menggunakan metode deduktif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah

1. Definisi Bank Syariah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berfikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter. Pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank Konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia. Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertaruhan bagi bankir syariah. Bila BSM berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang. Sebaliknya, bila BSM gagal, maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena BSM merupakan bank syariah yang didirikan oleh Bank BUMN milik pemerintah.¹

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), h. 31

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam. Undang-undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).²

Dewan pengawas bank syariah meliputi beberapa pihak antara lain: Komisaris, Bank Indonesia, Bapepam (untuk bank syariah yang telah *go public*) dan Dewan Pengawas Syariah. Semua dewan pengawas memiliki fungsi masing-masing. Khusus Dewan Pengawas Syariah, tugasnya ialah mengawasi jalannya operasional bank syariah supaya tidak terjadi penyimpangan atas

²Ismail, *Op.Cit.*h. 32-33

produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan produk dan jasa bank syariah yang telah disahkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) melalui fatwa DSN. Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan bank syariah agar sesuai dengan prinsip syariah. Dewan Pengawas Syariah (DPS) diangkat oleh rapat umum pemegang saham atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI).³

2. Dasar Hukum Perbankan Syariah

- a. PBI No. 10/16/PBI/2008 tentang Perbankan Atas PBI No.9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.
- b. PBI No.10/17/PBI//2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.
- c. PBI No.10/18/PBI/2008 tentang Restrukturisasi Pembiayaan Bagi Bank Syariah.
- d. PBI No.10/23/PBI/2008 tentang Perubahan Kedua Atas PBI No.6/21/PBI/2004 tentang Giro Wajib Minimum dalam Rupiah dan Valuta Asing bagi Bank Umum yang melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip syariah.

³ Ismali, *Op.Cit.h.* 37

- e. PBI No. 10/24/PBI/2008 tentang Perubahan Kedua Atas PBI No. 8/21/PBI/2006 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.
- f. PBI No. 10/32/PBI/2008 tentang Komite Perbankan Syariah.
- g. PBI No. 11/3/PBI/2008 tentang Bank Umum Syariah.⁴

3. Produk-produk Perbankan Syariah

1. Penghimpun Dana

a. Modal Inti

1. Modal yang disetor oleh pemegang saham. Sumber dana ini hanya timbul apabila pemilik menyertakan dananya pada bank melalui pembelian saham, dan untuk penambahan dana berikutnya dapat dilakukan oleh bank dengan mengeluarkan dan menjual tambahan saham baru.
2. Cadangan, yaitu sebagian laba yang tidak dibagi, disisihkan untuk menutup timbulnya risiko kerugian di kemudian hari.
3. Laba ditahan, yaitu sebagian laba yang seharusnya dibagikan kepada para pemegang saham, tetapi oleh pemegang saham, tetapi oleh pemegang saham sendiri melalui RUPS diputuskan untuk ditanam kembali sebagai cara untuk menambah dana modal.

⁴Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Pranamedia Group, 2009), h. 66.

b. Simpanan dan Investasi

1. Giro

Giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pemerintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindah bukuan.

2. Tabungan

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁵

3. Deposito

Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan

⁵ Andri Soemitra, *Op.Cit.* h.74-76

akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan atau UUS.

2. Penyaluran Dana

a. Pembiayaan Berdasarkan Pola Jual Beli

1. Akad Murabahah

Akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

2. Akad Salam

Akad salam adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.

3. Akad Istishna'

Akad istishna' adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustahni*) Dan penjual atau pembuat (*shani'*).⁶

⁶ Andri Soemitra, *Op.Cit.h.* 79-81

b. Pembiayaan Bagi Hasil

1. Akad mudharabah

Akad mudharabah dalam pembiayaan adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (*malik, sahibul mal*, atau Bank Syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*'amil, mudharib*, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

2. Akad Musyarakah

Akad musyarakah adalah akad kerja sama di antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing.⁷

⁷Andri Soemitra, *Op.Cit.* h.81-83

c. Pembiayaan Berdasarkan Akad Qardh

Akad qardh adalah akad pinjaman dana kepada nasabah ketentuan tertentu bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati baik secara sekaligus maupun cicilan.

d. Pembiayaan Penyewaan Barang Bergerak atau Tidak Bergerak Kepada Nasabah.

1. Akad Ijarah

Akad ijarah adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

2. Akad Ijarah Muntahiya Bittamlik

Akad ijarah muntahiya bittamlik adalah akad penyediaan dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.⁸

⁸Andri Soemitra, *Op.Cit.* h. 84-85

e. Pengambilalihan Utang

Akad hawalah adalah akad pengalihan utang dari pihak yang berutang kepada pihak lain yang wajib menanggung atau membayar.

f. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan multijasa adalah pembiayaan yang diberikan bank syariah dalam bentuk sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah dan kafalah.

3. Jasa Keuangan Perbankan

a. *Letter Of Credit (L/C) Impor Syariah*

Letter Of Credit (L/C) Impor Syariah adalah surat pernyataan akan membayar kepada pengeksport (*beneficiary*) yang diterbitkan oleh bank (*issuing bank*) Atas permintaan importir dengan pemenuhan persyaratan tertentu. Akad yang digunakan adalah akad *wakalah bil ujah* dan *kafalah*.

b. Bank Garansi Syariah

Bank garansi adalah jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah bank selaku pihak yang dijamin kepada pihak ketiga dimaksud.⁹

⁹Andri Soemitra, *Op.Cit.* h. 86-89

c. Penukaran Valuta Asing (*Sharf*)

Penukaran valas merupakan jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama (*single currency*) maupun berbeda (*multy currency*), yang hendak ditukarkan atau di kehendaki oleh nasabah.¹⁰

B. Pembiayaan Musyarakah

1. Pengertian Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. *Musyarakah* ada dua jenis musyarakah kepemilikan dan musyarakah akad (kontrak). Musyarakah pemilikan tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam *musyarakah* ini, kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut. *Musyarakah akad* tercipta dengan cara kesepakatan di mana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal

¹⁰Andri Soemitra, *Op.Cit.* h. 90

musyarakah. Mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. *Musyarakah Akad* terbagi menjadi *al-'inan*, *al-mufawadhah*, *al-a'maal*, *al-wujuh*, dan *al-mudharabah*. Para ulama berbeda pendapat tentang *al-mudharabah*, apakah ia termasuk jenis *al-musyarakah* atau bukan. Beberapa ulama menganggap *al-mudharabah* termasuk kategori *al-musyarakah* karena memenuhi rukun dan syarat sebuah akad (kontrak) *musyarakah*. Dalam praktik perbankan *al-Musyarakah* diaplikasikan dalam hal pembiayaan proyek. Nasabah yang dibiayai dengan bank sama-sama menyediakan dana untuk melaksanakan proyek tersebut. Keuntungan dari proyek dibagi sesuai dengan kesepakatan untuk bank setelah terlebih dulu mengembalikan dana yang dipakai nasabah. *Al-Musyarakah* dapat pula dilakukan untuk kegiatan investasi seperti pada lembaga keuangan modal ventura.¹¹

¹¹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011),h. 193-

2. Landasan Hukum Musyarakah

Dalam musyarakah, terdapat beberapa landasan hukum yang secara tidak langsung terkait dengan kegiatan musyarakah, diantaranya firman Allah menegaskan bahwa:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۖ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٣٨﴾

Artinya: Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat. (QS.Shad (38):24)¹²

Kebanyakan orang yang bekerjasama itu selalu ingin merugikan mitra usahanya, kecuali mereka yang beriman dan melakukan amalan yang sholeh karena merekalah yang tidak mau mendhalimi orang lain. Tetapi alangkah sedikitnya jumlah orang-orang seperti itu.¹³

﴿ وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ إِن لَّمْ يَكُن لَّهُنَّ وَلَدٌ فَإِن كَانَ لَهُنَّ وَلَدٌ فَلَكُمْ الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَنَّ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوَصِّينَ بِهَا أَوْ دِينَ ۚ وَلَهُنَّ ۚ ﴾

¹² Moh.Rifai dan Rosihin Abdulghoni, *Al-Quran dan Terjemah*(Semarang:CV.WICAKSANA, h. 410-411

¹³ TM. Hasbi Ash Shidieqi, *Tafsir al Qur'anul Majid al Nuur*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000), h.3505.

الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكْتُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَكُمْ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَكُمْ وَلَدٌ فَلَهُنَّ الثُّمْنُ مِمَّا تَرَكْتُمْ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ تُوصُونَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ وَإِنْ كَانَ رَجُلٌ يُورَثُ كَلَلَةً أَوْ امْرَأَةً وَلَهُ أَخٌ أَوْ أُخْتُ فَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا السُّدُسُ فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَىٰ بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرِ مُضَارٍّ وَصِيَّةَ مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: dan bagimu (suami-suami) seperdua dari harta yang ditinggalkan oleh isteri-isterimu, jika mereka tidak mempunyai anak. jika isteri-isterimu itu mempunyai anak, Maka kamu mendapat seperempat dari harta yang ditinggalkannya sesudah dipenuhi wasiat yang mereka buat atau (dan) seduah dibayar hutangnya. Para isteri memperoleh seperempat harta yang kamu tinggalkan jika kamu tidak mempunyai anak. jika kamu mempunyai anak, Maka Para isteri memperoleh seperdelapan dari harta yang kamu tinggalkan sesudah dipenuhi wasiat yang kamu buat atau (dan) sesudah dibayar hutang-hutangmu. jika seseorang mati, baik laki-laki maupun perempuan yang tidak meninggalkan ayah dan tidak meninggalkan anak, tetapi mempunyai seorang saudara laki-laki (seibu saja) atau seorang saudara perempuan (seibu saja), Maka bagi masing-masing dari kedua jenis saudara itu seperenam harta. tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada ahli waris)[274]. (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari'at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Penyantun. (QS. An-Nisa (4): 12).¹⁴

Bagian waris yang diberikan kepada saudara seibu baik laki-laki maupun perempuan yang lebih dari seorang, maka bagiannya adalah sepertiga dari harta warisan. Dan dibagi rata sesudah wasiat dari almarhum ditunaikan tanpa memberi madhorot kepada ahli waris.¹⁵

¹⁴ Moh Rifa'I dan Rosihin Abdulghoni, Op.Cit. h. 70

¹⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir al Misbah*, jld. 3 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 366.

- a. Fatwa DSN-MUI No.08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarakah

Pertama: Beberapa Ketentuan

1). Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad), dengan memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Penawaran dan penerimaan harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak (akad).
- b. Penerimaan dari penawaran dilakukan pada saat kontrak.
- c. Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi modern.

2). Pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum, dan memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.
- b. Setiap mitra harus menyediakan dana dan pekerjaan, dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil.
- c. Setiap mitra memiliki hak untuk mengatur aset musyarakah dalam proses bisnis normal.
- d. Setiap mitra memberi wewenang kepada mitra yang lain untuk mengelola aset dan masing-masing dianggap telah diberi wewenang untuk melakukan aktivitas musyarakah

dengan memperhatikan kepentingan mitranya, tanpa melakukan kelalaian dan kesalahan yang disengaja.

- e. Seorang mitra tidak diizinkan untuk mencairkan atau menginvestasikan dana untuk kepentingannya sendiri.

3). Objek akad (modal, kerja, keuntungan dan kerugian)

a. Modal

- i. Modal yang diberikan harus uang tunai, emas, perak, atau yang nilainya sama. Modal dapat terdiri atas aset perdagangan seperti barang-barang, properti, dan sebagainya. Jika modal berbentuk aset, harus terlebih dahulu dinilai dengan tunai dan disepakati oleh para mitra.
- ii. Para pihak tidak boleh meminjam, meminjamkan, menyumbangkan atau menghadiahkan modal musyarakah kepada pihak lain, kecuali atas dasar kesepakatan.
- iii. Pada prinsipnya, dalam pembiayaan musyarakah tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadi penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan.

b. Kerja

- i. Partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan musyarakah; akan tetapi, kesamaan porsi kerja bukanlah merupakan syarat. Seorang mitra boleh

melaksanakan kerja lebih banyak dari yang lainnya, dan dalam hal ini ia boleh menuntut bagian keuntungan tambahan bagi dirinya.

- ii. Setiap mitra melaksanakan kerja dalam musyarakah atas nama pribadi dan wakil dari mitranya. Kedudukan masing-masing dalam organisasi kerja harus dijelaskan dalam kontrak.

a. Keuntungan

- i. Keuntungan harus dikuantifikasi dengan jelas untuk menghindarkan perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau penghentian musyarakah.
- ii. Setiap keuntungan mitra harus dibagikan secara proporsional atas dasar seluruh keuntungan dan tidak ada jumlah yang ditentukan di awal yang ditetapkan bagi seorang mitra.
- iii. Seorang mitra boleh mengusulkan bahwa jika keuntungan melebihi jumlah tertentu, kelebihan atau persentase itu diberikan kepadanya.
- iv. Sistem pembagian keuntungan harus tertuang dengan jelas dalam akad.

b. Kerugian

Kerugian harus dibagi di antara para mitra secara proporsional menurut saham masing-masing dalam modal.

4). Biaya Operasional dan Persengketaan

- a. Biaya Operasional dibebankan pada modal bersama.
- b. Jika salah satu pihak menunaikan kewajiban atau jika terjadi perselisihan di antara pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.¹⁶

3. Jenis-jenis Musyarakah

1. Syirkah al-‘Inan

Syirkah al-‘inan adalah kontrak antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang disepakati di antara mereka. Akan tetapi, porsi masing-masing pihak, baik dalam dana maupun kerja atau bagi hasil, tidak harus sama dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka. Mayoritas ulama membolehkan jenis al-musyarakah ini.

2. Syirkah Mufawadhah

Syirkah mufawadhah adalah kontrak kerja sama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari

¹⁶Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014),h. 337-339

keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama. Dengan demikian, syarat utama dari jenis *al-musyarakah* ini adalah kesamaan dana yang diberikan, kerja, tanggung jawab, dan beban utang dibagi oleh masing-masing pihak.

3. Syirkah A'maal

Al-musyarakah ini adalah kontrak kerja sama dua orang seprofesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Misalnya, kerja sama dua orang arsitek untuk menggarap sebuah proyek, atau kerja sama dua orang penjahit untuk menerima order pembuatan seragam sebuah kantor. *Al-musyarakah* ini kadang-kadang disebut *musyarakah abdan* atau *sanaa'i*.

4. Syirkah Wujuh

Syirkah wujuh adalah kontrak antara dua orang atau lebih yang memiliki reputasi dan prestise baik serta ahli dalam bisnis. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Mereka berbagi dalam keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh tiap mitra. Jenis *al-musyarakah* ini tidak memerlukan modal karena pembelian secara kredit berdasar pada

jaminan tersebut. Karenanya, kontrak ini pun lazim disebut sebagai *musyarakah piutang*.¹⁷

4. Praktik Pembiayaan Musyarakah Pada Bank Syariah

1. Dimulai dari pengajuan permohonan pembiayaan musyarakah oleh nasabah dengan mengisi formulir permohonan pembiayaan. Formulir tersebut diserahkan kepada bank syariah beserta dokumen pendukung. Selanjutnya, pihak bank melakukan evaluasi kelayakan pembiayaan musyarakah yang diajukan nasabah dengan menggunakan analisis 5C (*Character, Capacity, Capital, Commitment, dan Collateral*). Kemudian, analisis diikuti dengan verifikasi. Bila nasabah dan usaha dianggap layak, selanjutnya diadakan perikatan dalam bentuk penandatanganan kontrak musyarakah dengan nasabah sebagai mitra di hadapan notaris. Kontrak yang dibuat setidaknya membuat berbagai hal untuk memastikan terpenuhinya rukun musyarakah.
2. Bank dan nasabah mengontribusikan modalnya masing-masing dan nasabah sebagai mitra aktif mulai mengelola usaha yang disepakati berdasarkan kesepakatan dan kemampuan terbaiknya.
3. Hasil usaha dievaluasi pada waktu yang ditentukan berdasarkan kesepakatan. Keuntungan yang diperoleh akan dibagi antara bank dengan nasabah sesuai dengan porsi yang telah disepakati.

¹⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 90-92

Seandainya terjadi kerugian yang tidak disebabkan oleh kelalaian nasabah sebagai mitra aktif, maka kerugian ditanggung proporsional terhadap modal masing-masing mitra. Adapun kerugian yang disebabkan oleh kelalaian nasabah sebagai mitra aktif sepenuhnya menjadi tanggung jawab nasabah.

4. Bank dan nasabah menerima porsi bagi hasil masing-masing berdasarkan metode perhitungan yang telah disepakati.
5. Bank menerima pengembalian modalnya dari nasabah. Jika nasabah telah mengembalikan semua modal milik bank, usaha selanjutnya menjadi milik nasabah sepenuhnya.¹⁸

5. Mekanisme Musyarakah

- a. Bank dan nasabah masing-masing bertindak sebagai mitra usaha dengan bersama-sama menyediakan dana dan atau barang untuk membiayai suatu kegiatan usaha tertentu
- b. Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan bank sebagai mitra usaha dapat ikut serta dalam pengelolaan usaha sesuai dengan tugas dan wewenang yang disepakati seperti melakukan *review*, meminta bukti-bukti dari laporan hasil usaha yang dibuat oleh nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Pembagian hasil usaha dari pengelolaan dana dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.

¹⁸ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim. *Op.Cit.* h. 138-139

- d. Nisbah bagi hasil yang diepakati tidak dapat diubah sepanjang jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
- e. Pembiayaan atas dasar Akad Musyarakah diberikan dalam bentuk uang dan atau barang, serta bukan dalam bentuk piutang atau tagihan.
- f. Dalam hal Pembiayaan atas dasar Akad Musyarakah diberikan dalam bentuk uang harus dinyatakan secara jelas jumlahnya.
- g. Dalam hal Pembiayaan atas dasar Akad Musyarakah diberikan dalam bentuk barang, maka barang tersebut harus dinilai atas dasar harga pasar (*net realizable value*) dan dinyatakan secara jelas jumlahnya.
- h. Jangka waktu Pembiayaan atas dasar Akad Musyarakah, pengembalian dana, dan pembagian hasil usaha ditentukan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah.
- i. Pengembalian Pembiayaan atas dasar Akad Musyarakah dilakukan dalam dua cara, yaitu secara angsuran ataupun sekaligus pada akhir periode Pembiayaan, sesuai dengan jangka waktu Pembiayaan atas dasar Akad Musyarakah.
- j. Pembagian hasil usaha berdasarkan laporan hasil usaha nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan dan

- k. Bank dan nasabah menanggung kerugian secara proporsional menurut porsi modal masing-masing.¹⁹

6. Manfaat Musyarakah

1. Bagi Bank
 - a. Sebagai salah satu bentuk penyaluran dana
 - b. Memperoleh pendapatan dalam bentuk bagi hasil sesuai pendapatan usaha yang dikelola.
2. Bagi nasabah memenuhi kebutuhan modal usaha melalui sistem kemitraan dengan bank.²⁰

C. Pengembangan Produk Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller

a. Karakteristik dan Klasifikasi Produk

Banyak orang yang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas, produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi, dan ide.

1. Tingkat Produk: Hierarki Nilai Pelanggan

Dalam merencanakan penawaran pasarnya, pemasar harus melihat lima tingkat produk. Setiap tingkat menambah nilai pelanggan yang lebih besar, dan

¹⁹Muhammad. *Op.Cit.* 44-45

²⁰Muhammad. *Op.Cit.* h. 45

kelimanya merupakan bagian dari hierarki nilai pelanggan (*customer-value hierarchy*).

- a. Pada tingkat dasar adalah manfaat inti (*core benefit*) Layanan atau manfaat yang benar-benar dibeli pelanggan.
- b. Pada tingkat kedua, pemasar harus mengubah manfaat inti menjadi produk dasar (*basic product*).
- c. Pada tingkat ketiga, pemasar mempersiapkan produk yang diharapkan (*expected product*) sekelompok atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk ini.
- d. Pada tingkat keempat, pemasar menyiapkan produk tambahan (*augmented product*) yang melebihi harapan pelanggan. Di negara-negara maju, positioning merek dan persaingan terjadi pada tingkat ini.
- e. Tingkat kelima adalah produk potensial (*potential product*) yang mencakup semua kemungkinan tambahan dan transformasi yang mungkin dialami sebuah produk atau penawaran di masa depan. Ini adalah tempat di mana perusahaan mencari cara

baru untuk memuaskan pelanggan dan membedakan penawaran mereka.²¹

b. Klasifikasi Produk

Dulu pemasar mengklasifikasikan produk berdasarkan ketahanan/durabilitas, keberwujudan, dan kegunaan (konsumen atau industri). Setiap jenis produk mempunyai strategi bauran pemasaran yang sesuai.

1. Ketahanan (*Durability*) dan Keberwujudan (*Tangibility*)

Produk menjadi tiga kelompok menurut ketahanan dan keberwujudan:

- a. Barang-barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*)** adalah barang berwujud yang biasanya dikomunikasi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti bir dan sabun. Karena barang-barang ini sering dibeli, strategi yang tepat adalah membuat barang-barang tersebut tersedia di banyak lokasi, hanya mengenakan markup yang kecil, dan beriklan secara besar-besaran untuk mendorong percobaan dan membangun preferensi.
- b. Bahan tahan lama (*durable goods*)** adalah barang-barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu lama: kulkas, alat-alat mesin, dan pakaian.

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008),h. 4

Produk-produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan personal dan jasa, menuntut margin, yang lebih tinggi, dan memerlukan garansi penjual lebih banyak.

- c. **Jasa** (*services*) adalah produk yang tak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah. Akibatnya, jasa biasanya memerlukan kendali kualitas, kredibilitas pemasok, dan kemampuan adaptasi yang lebih besar. Contohnya meliputi salon potong rambut, nasihat hukum, dan perbaikan peralatan.²²

c. Teknik Daur Kehidupan Produk (Product Life Cycle)

Menurut Muhammad

Produk suatu industri, merupakan hal yang bergerak mengikuti kemauan pasar. Sehingga produk sesuatu akan berjalan mengikuti siklus kehidupan. Siklus produk atau sesuatu adalah berawal dari lahir, tumbuh, berkembang, tua dan mati. Demikian juga produk bank syariah, pada waktu tertentu akan mencapai pada tahapan tertentu. Meskipun kita tidak mengetahui, kapan waktu tepatnya itu terjadi. teknik siklus kehidupan produk dibutuhkan dalam pengenalan pasar untuk menyediakan produk yang sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sesuai dengan siklus hidup

²²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.* h. 5-6

produknya, sehingga dapat ditentukan strategi atau langkah-langkah yang tepat.²³

Konsep daur hidup produk adalah suatu upaya untuk mengenali berbagai tahap yang berbeda dalam sejarah penjualan suatu produk. Pada tahap-tahap ini terdapat peluang dan masalah yang berbeda-beda dalam kaitannya dengan strategi pemasaran dan potensi laba. Dengan mengenali pada tahap mana suatu produk sedang berada, atau akan menuju, perusahaan dapat merumuskan rencana pemasaran yang lebih baik. Bila dikatakan bahwa produk mempunyai suatu daur hidup, ini akan sama saja menyatakan:

- a. Setiap produk mempunyai batas umur.
- b. Penjualan produk melewati tahap-tahap yang jelas dan setiap tahap.
- c. Laba yang diperoleh dari penjualan akan meningkat dan menurun pada tahap yang berbeda dalam daur hidup produknya.
- d. Produk menuntut strategi yang berlainan dalam hal pemasaran, keuangan, produksi, personalia maupun pembelian pada setiap tahap dalam daur hidup produksinya.²⁴

d. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

²³ Muhammad. *Op.Cit.* h. 226-227

²⁴ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), h. 190.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari: produk, harga, distribusi, dan promosi. Terhadap variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan, manajemen pemasaran tidak dapat bertindak banyak. Untuk lebih memperjelas, di bawah ini akan dikemukakan contoh untuk masing-masing variabel tersebut.

a. Produk

Salah satu tugas utama dan tanggung jawab mereka yang berkecimpung di bidang manajemen pemasaran adalah memikirkan *desain produk*. Di mana telah diuraikan bahwa produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Karena itu, bagian pemasaran seolah-olah bertugas sebagai “mata” perusahaan, yang harus selalu jeli dalam mengamati kebutuhan konsumen. Mereka yang ada di bagian ini harus secara terus menerus memberikan saran perbaikan atau, kalau perlu, perubahan desain produk disesuaikan dengan keinginan pembeli. Dari sini dapat dihasilkan produk yang betul-betul baru bagi perusahaan atau hanya sekedar modifikasi dari produk yang sudah ada. Koordinasi antara bagian pemasaran dengan bagian-bagian lain di dalam perusahaan dalam hal ini sangatlah diperlukan. Tidak jarang terjadi konflik antara bagian pemasaran dengan bagian produksi, karena desain

produk yang diusulkan oleh bagian pemasaran tidak dapat dikerjakan bagian produksi dengan fasilitas yang ada. Karena itu tugas bagian pemasaran, terutama manajer pemasaran tidak mudah. Ia harus memandang dua pihak: Pasar (konsumen) dan kemampuan perusahaan. Tanpa koordinasi yang baik, apa yang diinginkan oleh konsumen, sama sekali sekali berbeda dengan dipahami oleh masing-masing bagian. Akibatnya produk yang dibuat tidak laku dipasaran. Jadi, apabila perusahaan ingin mendapatkan keberhasilan dalam memasarkan produk, konsentrasi harus diarahkan pada konsumen.

b. Harga

Selain desain produk, harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. “Murah” atau “Mahal”nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakan perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain

c. Distribusi

Distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan pada saat produksi selesai diproses. Malah ini menyangkut cara penyampaian produk ke dengan konsumen.

Manajemen pemasaran mempunyai peranan dalam mengevaluasi penampilan para penyalur. Bila perusahaan merencanakan suatu pasar tertentu, yang pertama kali dipikirkan adalah siapa yang akan ditunjuk sebagai penyalur di sana, atau berapa banyak yang bersedia untuk menjadi penyalur di daerah itu.

d. Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang, kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Bauran promosi (*Promotion Mix*) terdiri dari lima unsur utama: Pengiklanan, Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Hubungan Masyarakat dan Publisitas, Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), serta Promosi Penjualan.²⁵

Strategi ini menyangkut perubahan atau penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk:

²⁵Pandji Anoraga, *Op.Cit.h.* 191-194

- a. Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan *latent* dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang.
- b. Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.²⁶

e. Pengembangan Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk terdiri dari dua jenis yaitu berkaitan dengan fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja kursi, rumah dan mobil, serta produk tidak berwujud seperti jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.²⁷

Istilah produk yang kami gunakan disini cukup luas, yaitu terdiri dari objek fisik, jasa, tempat (*places*) , dan organisasi. Prinsip-prinsip perilaku konsumen dapat diaplikasikan pada empat bidang dari proses pengembangan produk baru:

- a. Pembangkitan Ide (*ide generation*)

Konsep perilaku konsumen mungkin memiliki dampak terbesar terhadap fase pembangkitan ide (*ide generation*) dari pengembangan

²⁶ Muhammad. *Op.Cit.* h. 228-229

²⁷ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), h. 199

produk baru. lima bidang utama dari analisis perilaku konsumen yang berguna bagi para manajer ketika mereka sedang menghimpun ide-ide untuk produk baru adalah:

1. Sikap konsumen
2. Perubahan gaya hidup
3. Faktor-faktor situasional
4. Budaya lainnya
5. Dan subbudaya

Sebagai contoh, sikap konsumen terhadap produk yang sudah ada dapat dipelajari untuk mengidentifikasi kemauan konsumen atas atribut produk tertentu. Jika konsumen berpendapat produk yang sudah ada tidak memberikan atribut yang mereka inginkan maka ini merupakan peluang bagi munculnya produk baru. Ketika Colgate-Palmolive menemukan bahwa orang-orang menginginkan pasta gigi yang mudah dipergunakan, maka mereka mulai mengembangkan pasta gigi yang dapat dipompa dari tempatnya yang ekonomis dan mudah digunakan. Sebagai hasilnya, pangsa pasar pasta gigi Colgate meningkat dengan cepat sampai-sampai mengancam posisi nomor satu yang ditepati Crest.

b. Pengujian Konsep (*concept testing*)

Meliputi pengujian awal tentang ide produk. Konsep produk adalah “keinginan konsumen di mana perusahaan mencoba untuk membentuknya menjadi sebuah ide produk”. Misalkan konsep produk

untuk komputer pribadi yang baru adalah membuat komputer yang diinginkan konsumen sebagai produk yang mudah digunakan, mudah dibawa, *IBM-compatible*, yang kuat, dan murah harganya. Untuk menentukan apakah ada pasar untuk konsep produk seperti itu, perusahaan harus melakukan analisa pemosisian-produk serta survei untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap konsep seerti ini.

c. Pengembangan produk (*product development*)

Jika perusahaan menemukan bahwa apa yang dirasakan konsumen terhadap konsep produk tersebut sesuai dengan maksud manajemen, maka dimulailah proses pengembangan produk (*product development*) Yang terdiri dari pengembangan, pengujian, pemberian nama, dan pembuatan prototipe kemasan. Berbagai konsep perilaku konsumen sebagian penting pada fase ini. sebagai contoh, para peneliti harus berusaha mencari tahu bagaimana para konsumen memeroses informasi tentang produk. Apakah produk ini mudah dipergunakan (misalnya, tidak terlalu kompleks bagi rata-rata konsumen pada umumnya.

d. Pengujian Pasar (*market testing*)

Pengujian pasar (*market testing*) meliputi kegiatan penempatan produk melalui distribusi terbatas kepada konsumen dalam rangka mengidentifikasi masalah-masalah potensial dan menguji keseluruhan bauran pemasaran. Pada fase ini pengukuran tambahan yang berhubungan dengan sikap dilakukan untuk melihat apakah konsumen

telah mendapatkan kepercayaan yang diharapkan, reaksi emosi, dan keinginan membeli.²⁸

Reacy dan Wiersema baru-baru ini membedakan tiga strategi yang berhasil dalam diferensiasi dan kepemimpinan pasar:

- a. *Operasi yang cemerlang*: memberi pelanggan produk atau jasa yang handal dengan harga bersang dan sudah dapat. Misalnya: komputer Acer, Toserba Matahari, Fuji Film.
- b. *Keakraban pelanggan*: mengenal dekat pelanggan sehingga dapat menanggapi kebutuhan khusus mereka: Misalnya: bengkel Auto 2000, Margarin Blue Band.
- c. *Keunggulan Produk*: memberi pelanggan produk dan jasa inovatif yang meningkatkan utilitas pelanggan dan memiliki unjuk kerja lebih baik daripada pesaingnya. Misalnya: Indomie, Aqua, Honda.²⁹

Disisi lain ada produk yang dapat dibedakan seperti:

1. Ciri

ciri adalah sifat yang menunjang fungsi dasar produk. Kebanyakan produk dapat ditawarkan dengan berbagai ciri. Perusahaan dapat mulai dengan versi dasar produk, dan membuat versi lain dengan menambahkan ciri baru. Perusahaan mobil dapat menawarkan ciri pilihan seperti

²⁸John C. Women dan Michael Minor, Prilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 58-59

²⁹ Philip Kotler dan A.B Ssusanto, Manajemen Pemasaran Di Indonesia(Jakarta:Salemba Empat, 2001), h. 388

jendela otomatis, transmisi otomatis dan penyejuk udara. Perusahaan harus menentukan ciri mana yang standar dan mana yang pilihan. Setiap ciri dapat menarik pelanggan baru. ciri adalah kiat kompetitif untuk membedakan produk perusahaan. Ada perusahaan yang sangat inovatif dalam menambahkan ciri-ciri baru.

2. Mutu Untuk Kerja

Mutu untuk kerja menunjukkan tingkat operasi sifat utama produk. Komputer menengah Digital Equipment unjuk kerjanya lebih baik daripada komputer Data General kalau dapat memproses lebih cepat dan memorinya lebih besar. Pembeli produk mahal biasanya membandingkan sifat unjuk kerja beberapa merek. Orang mau membayar lebih mahal untuk unjuk kerja lebih baik selama selisih harganya tidak melebihi nilai yang dibayangkan.

3. Mutu Kesesuaian

Mutu kesesuaian mengukur sejauh mana sifat rancangan dan operasi produk mendekati standar yang dituju. Hal ini menunjukkan apabila barang yang diproduksi semuanya sama dan memenuhi spesifikasi.

4. Ketahanan

Ketahanan mengukur harapan hidup produk. Misalnya Volvo mengiklankan bahwa mobilnya paling awet sehingga

mudah diganti artinya mudah diperbaiki. Idealnya barang dapat diperbaiki oleh pemakai sendiri dengan murah dan cepat. Pembeli dapat mencabut bagian yang rusak dan memasang penggantinya.³⁰

f. Usaha Mikro dan Kecil (UMKM)

1. Konsep UMKM

Bila mengacu kepada UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UU UMKM), konsep usaha mikro, kecil dan menengah memiliki banyak pengertian: *pertama*, usaha yang didirikan untuk tujuan kegiatan ekonomi dan bukan kegiatan nirlaba; *kedua*, usaha yang bersifat produktif atau menghasilkan keuntungan atau laba dari usaha; *ketiga*, usaha yang mandiri atau berdiri sendiri bukan bagian, cabang, ataupun afiliasi dari usaha lain; dan *keempat*, usaha yang dimiliki oleh perseorangan ataupun badan usaha. Berdasarkan pengertian tersebut juga dapat dipahami bahwa: *pertama*, usaha mikro adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). *Kedua*, usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh

³⁰ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Op.Cit.* h. 391-394

perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). *Ketiga*, usaha menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan mulai dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).³¹

2. Peran Sentral UMKM

Pertumbuhan dan ketahanan UMKM terhadap badai dan ketahanan UMKM terhadap badai krisis moneter yang pernah melanda dunia termasuk Indonesia telah membuktikan bahwa sektor salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya. Ini merupakan kebijakan tegas bagi kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Terlebih lagi bila melihat ketentuan Pasal 33 ayat (4) dari perekonomian

³¹ Ade Komarudin. *Op.Cit.* h. 1-2

nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sektor ini berperan besar dalam menyerap tenaga kerja Indonesia yang notabene masih memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Berdasarkan data BPS jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Februari 2013 mencapai 114,0 juta orang. Dari jumlah tersebut sekitar 54,6 juta orang atau 47,90 persen di antaranya merupakan para pekerja dengan tingkat pendidikan SD ke bawah. Sedangkan pekerja dengan pendidikan diploma tercatat hanya sekitar 3,2 juta orang (2,82 persen) dan pekerja dengan pendidikan sarjana hanya sebesar 7,9 juta orang (6,96 persen). Akibatnya, sebagian besar penduduk Indonesia hanya mampu bekerja di level bawah yang tidak memerlukan keahlian khusus, seperti di sektor pertanian, perkebunan, kehutanan, dan perikanan, serta menjadi buruh dan usaha sektor jasa yang merupakan bidang UMKM selama ini. Menurut Menteri dan UMKM Sjarifuddin Hasan jumlah UMKM pada 2013 saja telah menembus angka 55,2 juta unit dengan sebagian besar (54,6 juta) merupakan usaha mikro, sedangkan usaha kecil sebanyak 602.195 unit dan usaha menengah 44.280 unit. Penyerapan tenaga kerja UMKM sebanyak 101,72 juta orang atau meningkat 2,33% dibanding 2010 sebanyak 99,401 juta orang. Hal ini menunjukkan sektor koperasi dan UMKM tetap menjadi kontributor terbesar dalam penyerapan tenaga kerja dan

kesempatan berusaha. Apabila permasalahan UMKM ini dapat diselesaikan dengan baik, maka sekitar 86,64 % masalah angkatan kerja Indonesia akan terselesaikan. Potensi ini bukan berlaku di Indonesia, melainkan juga di negara-negara Asia Pasifik. Di kawasan ini, sektor UMKM mampu memperkerjakan sekitar 60 % (enam puluh persen) angkatan kerja. Hanya 10 % (sepuluh persen) bergerak sebagai pelaku usaha besar.³²

3. UMKM Sebagai Pilar Ekonomi Kerakyatan

Ekonomi kerakyatan pada intinya adalah suatu mewujudkan pemerataan kesempatan bagi seluruh masyarakat untuk berusaha secara mandiri dalam rangka meningkatkan taraf hidup. Pemerataan ekonomi yang terjadi antar daerah terutama antara daerah pedesaan dan perkotaan tentunya akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional yang berkeadilan. Ekonomi kerakyatan dengan menjadikan UMKM sebagai pilarnya diharapkan dapat mengurangi kesenjangan pendapatan, sehingga pendapatan perkapita dapat betul-betul mencerminkan kesejahteraan nasional. Ekonomi rakyat sebenarnya merupakan tulang punggung yang bisa diandalkan namun kurang disadari terutama sejak terjadinya proses konglomerasi ekonomi. Ekonomi rakyat terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis perekonomian dibandingkan dengan ekonomi konglomerasi. Cara

³²Ade Komarudin. *Op.Cit.* h. 2-4

lain untuk mengingatkan bahwa menelantarkan ekonomi rakyat (kecil) akan berakibat fatal dalam jangka panjang adalah dengan menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan besar cepat mengeluh tentang jenuhnya pasar dalam negeri, dan selanjutnya mulai minta kemudahan-kemudahan ekspor bagi pemasaran barang-barang ke luar negeri. Menurut Mubyarto, jika ekonomi tinggal landas adalah ekonomi mandiri yang mengandalkan ketahanan ekonomi bangsa sendiri, maka upaya peningkatan daya beli rakyat melalui pemerataan dan pengurangan ketimpangan ekonomi dengan penerapan iptek. Itulah paradigma pembangunan ekonomi baru yang berorientasi pada penghapusan kemiskinan dan pengurangan kesenjangan. Penting juga dipahami bahwa ekonomi kerakyatan bukan berarti penolakan terhadap usaha besar dan konglomerasi. Dilakukannya pemerataan ekonomi dan pembangunan yang serius terhadap UMKM bukan berarti melambatnya pertumbuhan ekonomi atau menghentikannya sama sekali. Dikalangan para pakar ekonomi banyak dikembangkan ide untuk membatasi kepemilikan saham. Hal ini tentunya untuk lebih memeratakan kesempatan berusaha bagi seluruh masyarakat. UMKM yang dijadikan sebagai pilar ekonomi diharapkan dapat membentuk masyarakat yang mandiri. Terkait barang-barang yang masih dapat diproduksi oleh UMKM, tentunya perlu pembatasan kesempatan bagi usaha besar dan konglomerasi dengan penerapan peraturan

mengenai hal ini dari pemerintah. Terbentuknya masyarakat yang mandiri, secara otomatis akan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusianya dan secara tidak langsung manajemen yang terlatih menghadapi berbagai tantangan juga dapat terbentuk. Persaingan yang sehat bagi UMKM tentunya juga menciptakan daya kreasi yang baik dan dapat menghasilkan produk dalam negeri yang berkualitas namun terjangkau.³³

4. Stressing Point Pengembangan UMKM

Upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM telah nampak dengan adanya lembaga-lembaga pendukung serta program-program yang dibuat untuk meningkatkan kemampuan UMKM dan produknya agar dapat bersaing. Upaya tersebut rasanya masih perlu dioptimalkan karena pertumbuhan dan pengembangan kemampuan UMKM masih nampak tertinggal dibandingkan dengan negara-negara dengan ekonomi tangguh berbasis UMKM. Pengembangan daya saing UMKM perlu memperhatikan diantaranya sebagai berikut:

a. Kemampuan Wirausaha

Kemampuan wirausaha dan keberanian untuk mengambil risiko bisnis perlu ditingkatkan oleh pemerintah melalui pelatihan, propaganda dan dukungan bagi pengusaha UMKM.

³³Ade Komarudin. Op.Cit. h.101-103

Kemampuan wirausaha tersebut meliputi diantaranya kemampuan:

1. Mengenali Peluang
2. Mengumpulkan sumber daya
3. Pemasaran
4. Jaringan usaha
5. Menjaga kesinambungan usaha

Di atas semua usaha tersebut, penting untuk diingat bahwa usaha-usaha tersebut dilakukan dalam rangka untuk mewujudkan negara kesejahteraan yang berkeadilan. Di mana pemerataan kesempatan adalah fokusnya, sehingga rakyat yang mandiri dapat terwujud. Negara kembali berperan sebagai pengurus yang menyediakan berbagai fasilitas dan kesempatan.

b. Kendala

UMKM hingga saat ini terhambat berbagai hal untuk berkembang. Saat kemampuan wirausaha terasah karena terpaksa atau tidak adanya pekerjaan, sejumlah kendala menjadi halangan untuk berwirausaha. Kendala-kendala ini seharusnya bisa diantisipasi atau setidaknya dikurangi dengan bantuan pemerintah. Kendala-kendala tersebut antara lain:

1. Peraturan yang membatasi
2. Hambatan akses pasar, dana dan informasi serta pengetahuan.

c. Pendukung

Faktor pendukung sangat dibutuhkan bagi pengusaha UMKM untuk memulai, mempertahankan serta mengembangkan usaha-usahanya. Peran pemerintah bisa menjadi sangat besar dan menentukan sukses tidaknya UMKM. Faktor pendukung yang sangat memerlukan bantuan pemerintah untuk mengkondisikan agar menjadi pendukung yang signifikan bagi UMKM diantaranya modal, informasi, pasar, pelatihan dan teknologi.

d. Peluang

Peluang adalah faktor penentu yang berdasarkan pada kreatifitas pengusaha UMKM. Kejelian melihat peluang ini perlu diperhatikan pemerintah agar pemerintah dapat membantu untuk memperbanyak peluang yang tercipta. Peluang ini meliputi barang dan jasa, perbedaan harga, penemuan baru dan kemajuan teknologi.³⁴

5. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa Kajian Literatur Terdahulu yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Literatur terdahulu: Widiawati Emi yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Bank Jatim Syariah Surabaya)”, untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan produk

³⁴Ade Komarudin. *Op.Cit.* h. 293-295

yang di ditetapkan Bank Jatim Syariah Surabaya. Ditengah proses berkembangnya perusahaan, Bank Jatim Syariah Surabaya semakin berkembangnya kondisi persaingan yang sangatlah kuat dengan kondisi nasabah pengguna jasa Pembiayaan dana talangan umrah yang amatlah sedikit, dan penelitian ini dilakukan guna mengetahui strategi yang dilakukan untuk menarik banyak minat nasabah untuk menggunakan produk jasa dana talangan umrah ini dan berupaya meningkatkan minat nasabah.³⁵

Persamaan: Penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama untuk mengetahui pengembangan produk pembiayaan. **Perbedaan:** skripsi ini menjelaskan strategi yang di lakukan Bank Jatim Surabaya dalam pengembangan produk pembiayaan dana talangan umrah dan upaya meningkatkan minat nasabahnya sedangkan peneliti sekarang yang diteliti adalah analisis pengembangan produk pembiayaan dengan akad *Musyarakah* dan diaplikasikan pada UMKM serta studi kasus yang berbeda yaitu di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl.Jendral Sudirman No.62 Enggal, Bandar Lampung.

2. Skripsi Siti Nurhaeni yang berjudul “Strategi Pengembangan Organisasi Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Bina Ihsani Fikri Yogyakarta”, untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan organisasi yang dilakukan oleh (BMT) Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta bahwa strategi yang digunakan adalah optimalisasi SDM yang ada di

³⁵ Widiawati Emi, *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Bank Surabaya*, Thesis Surabaya: Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015, hlm. 7

BMT, inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat, visi dan misi yang jelas menjalin atau membangun komunikasi bisnis dan sosial, memperbanyak silaturahmi, hubungan yang baik dan kemitraan, baik sebelum maupun sesudah menjadi nasabah atau anggota.³⁶

Persamaan: peneliti terdahulu dengan sekarang sama-sama meneliti tentang pengembangan. **Perbedaan:** peneliti terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan produk yang diteliti yaitu produk pembiayaan *Musyarakah* sedangkan peneliti terdahulu organisasinya, serta penelitian sekarang diaplikasikan dengan UMKM di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl.Jendral Sudirman No.62 Enggal, Bandar Lampung.

3. Skripsi Didik Hartoko yang berjudul “Strategi Pengembangan Organisasi Rumah Tahfidz QU Deresan Yogyakarta”. Untuk pengembangan organisasi rumah tahfidz QU dengan cara memberdayakan dan memaksimalkan sumber daya manusianya, untuk mengelola rumah tahfidz dengan baik sesuai dengan karakter dan prinsip lingkungan sekitar. Yaitu dengan cara mengadakan pertemuan rutin setiap sepekan sekali dan sebulan sekali untuk membicarakan permasalahan rumah tahfidz QU sesuai dengan karakter masing-masing sebagai jembatan kemajuan rumah tahfidz kedepan. Untuk pengembangan rumah tahfidz QU, melalui gerbang struktur organisasi, yaitu membentuk struktur dengan garis instruksi langsung dari

³⁶ Siti Nurhaeni, *Strategi Pengembangan Organisasi BMT BIF Yogyakarta*, Skripsi Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009, hlm. 7

pimpinan ke pengurus dan pengurus bertanggung jawab kepada pimpinan melalui tahap yang telah ditentukan.³⁷

Persamaan: peneliti terdahulu dengan sekarang sama-sama meneliti tentang pengembangan. **Perbedaan:** peneliti terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan produk yang diteliti yaitu produk pembiayaan *Musyarakah* sedangkan peneliti terdahulu organisasinya, serta penelitian sekarang diaplikasikan dengan UMKM di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral Sudirman No.62 Enggal, Bandar Lampung.

³⁷Didik Hartoko, *Strategi Pengembangan Organisasi Rumah Tahfidz QU Deresan Yogyakarta*, skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah, 2012, hlm. 6

BAB III

LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum BNI Syariah

1. Sejarah BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-Undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah. Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41.KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian

izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.¹

2. Produk-produk BNI Syariah

Berikut ini 3 kategori produk layanan yang dikeluarkan oleh BNI Syariah:

a. Produk Dana

1. Giro Wadiah
2. Tabungan Mudharabah (Tabungan Syariah Plus)
3. Tabungan Haji Mudharabah)
4. Deposito Mudharabah

¹ Sejarah BNI Syariah” (On-line), tersedia di:<http://www.bnisyariah.co.id.htm> (08 Juni 2017 Pukul 20:21).

b. Produk Pembiayaan

1. Pembiayaan Mudharabah
2. Pembiayaan Murabahah
3. Pembiayaan Musyarakah
4. Pembiayaan Ijarah Bai Ut Takjiri

c. Produk Jasa

1. Kiriman Uang
2. Garansi Bank
3. Inkasi.²

3. Visi dan Misi BNI Syariah

a. Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

b. Misi BNI Syariah

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.³

²Profil dan Produk Bank BNI Syariah” (On-line), tersedia di:<http://www.syariahbank.com.htm> (08 Juni 2017 Pukul 20.39).

³ Visi dan Misi BNI Syariah” (On-line), tersedia di:<http://www.bnisyariah.co.id.htm> (08 Juni 2017 Pukul 20:49).

Dari gambar di atas diketahui ada beberapa tahapan dalam proses pengambilan pembiayaan musyarakah yaitu sebagai berikut:

1. Tahap pertama nasabah mengajukan surat permohonan dan data kelengkapan permohonan yang dibutuhkan. Nasabah mengajukan pembiayaan kepada bank dengan akad musyarakah untuk mendapatkan tambahan modal.
2. Masuk ke analisis dilakukan analisa atas usulan pembiayaan tersebut dan jika tidak memenuhi maka akan dibuat surat penolakan kepada nasabah. Namun jika setuju maka berlanjut ke pemutus pembiayaan.
3. Pemutus pembiayaan dengan memberikan pendapat atas usulan. Jika setuju maka diterbitkan SKP (surat keputusan pembiayaan) selanjutnya akad penandatanganan perjanjian antara bank dengan nasabah maka langkah berikutnya proses pencairan. Jika tidak setuju maka di buat surat penolakan.
4. Keduanya menandatangani akad pembiayaan musyarakah dengan kesepakatan tertentu. Misalnya pembagian hasil sebesar 60% untuk nasabah dan 40% untuk bank. Namun bila terjadi kerugian maka bank syariah menanggung 70% dan nasabah menanggung kerugian sebesar 30%.
5. Sesuai kontrak nasabah dan bank harus menyerahkan dana dan menjalankan usaha. Pengelolaan peroyek dijalankan oleh nasabah dapat di bantu oleh bank syariah atau menjalankan bisnisnya sendiri

bila bank memberikan kuasa kepada nasabah untuk mengelola usaha. Lalu setelah kontrak berakhir maka modal dikembalikan kepada masing-masing mitra kerja, yaitu 70% dikembalikan kepada bank syariah dan 30% dikembalikan kepada nasabah.

6. Selanjutnya dilakukan pemantauan dan pengawasan terhadap usaha yang dijalankan.

B. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil.

Setiap perusahaan membutuhkan strategi yang tepat agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat. PT. Bank BNI Syariah merupakan salah satu perbankan syariah yang ada di Bandar Lampung. Dengan kata lain PT. Bank BNI Syariah memberikan pembiayaan kepada masyarakat atau para usahawan yang kekurangan modal untuk usahanya. Oleh karena itu PT. Bank BNI Syariah memerlukan strategi pengembangan produk dengan baik untuk menghantarkan suatu produk pembiayaan kepada masyarakat.

Menurut Bapak Moch. Farizal pengembangan produk merupakan hal yang sangat penting dan harus diperhatikan yaitu permintaan masyarakat, potensi pasar dan persaingan antar perbankan. PT. Bank BNI Syariah juga melakukan beberapa teknik pengembangan produk, diantaranya:

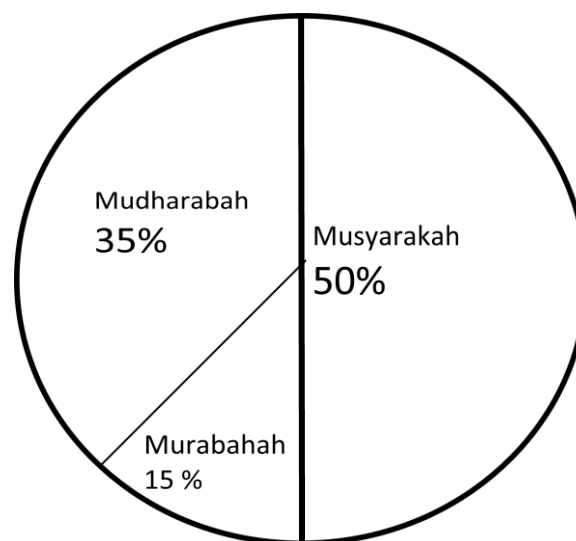
1. PT. BNI Syariah memantau kebutuhan masyarakat dalam mengambil pembiayaan.
2. Meninjau kembali pemberian pembiayaan guna untuk melihat dan mengetahui pembiayaan yang dominan digunakan oleh masyarakat.
3. Mengoptimalkan dalam memberikan kebutuhan dana sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat atau nasabah.

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil yang di berikan oleh PT. Bank BNI Syariah kepada masyarakat yaitu dengan memberikan dana kepada masyarakat tanpa batas nominal dan juga PT. Bank BNI Syariah dalam memberikan dana tanpa batas kepada masyarakat dengan cara analisa fisibility dan dilihat dari kapasitas pembayar.

C. Hasil Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil

Gambar 1.4

Pengembangan Pembiayaan Produktif Usaha Mikro dan Kecil



Bandar Lampung, Maret 2017

Sumber: Laporan SME Officer PT. BNI Syariah Per Maret 2017

PT. Bank BNI Syariah masih memfokuskan pada sektor produktif sektpr produktif yang mereka sasar yaitu usaha mikro kecil dan menengah . PT. Bank BNI Syariah mampu menerapkan manajemen perbankan yang baik dan akuntabel serta mampu memelihara ruh syariah ke dalam diri pegawai

tidak hanya dari manajemen, pelayanan yang mereka berikan tetapi dengan produk yang menarik pula. Berdasarkan laporan unit SME Officer per maret 2017 diketahui bahwasannya akad musyarakah menjadi akad yang dominan di pilih nasabah untuk melakukan pembiayaan usaha mikro dan kecil. Dibuktikan dengan persentase sebesar 50% akad musyarakah berada pada posisi pertama dari akad lainnya seperti akad mudharabah yang hanya menempati posisi kedua yaitu sebesar 35% dan pada posisi terakhir yaitu akad murabahab sebesar 15%. Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwasannya perkembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil cukup berkembang dan diminati oleh kalangan masyarakat. Nasabah yang dibiayai oleh BNI Syariah ini mempunyai usaha (UMKM), contoh: usaha tambak udang, usaha bahan bangunan dan pedagang eceran misalnya peternak sapi. Dalam memberikan pinjaman modal BNI Syariah menggunakan 5C (*Character, Capacity, Capital, Commitment, dan Collateral*). Nominal pinjaman usaha yang diberikan BNI Syariah dilihat dari kebutuhan nasabah. Dengan melakukan analisa *Fisibility* dan dilihat dari kapasitas pembayar, bisa atau tidaknya mengangsur pembiayaan tersebut. Sejauh ini belum ada kelemahan pada akad musyarakah. Untuk meningkatkan kewaspadaan BNI Syariah bekerja sama dengan pihak Asuransi tujuan nya untuk melindungi nasabah dan usaha nasabah contoh nya seperti asuransi jiwa dan asuransi kebakaran. Untuk sejauh ini Menurut Bapak Moch. Farizal selaku unit SME Officer (pembiayaan produktif) sampai saat ini

pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil cukup berkembang dan berhasil dilihat dari banyaknya nasabah yang melakukan pembiayaan per maret 2017 sebesar 50% dan pembiayaan musyarakah modal kerja yang disalurkan kepada para usahawan tentu memiliki dampak positif bagi perkembangan usahanya. Para usahawan yang dulunya memiliki modal sedikit sekarang dengan bantuan pembiayaan menjadi memiliki modal yang banyak dan peningkatan omzet bertambah.⁴

D. Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Moch.Farizal pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab: pengembangan pertama yaitu dengan memantau kebutuhann masyarakat dalam mengambil pembiayaan, selanjutnya meninjau pembiayaan yang telah diberikan bank kepada nasabah, yang terakhir mengoptimalkan kebutuhan dana sesuai yang dibutuhkan oleh nasabah.

2. Sejauh ini apa yang telah dilakukan pihak anda selama proses pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

⁴ Diperoleh dari wawancara dengan Bapak Moch. Farizal (SME Officer), Minggu 10 September 2017.

Jawab: Memberikan modal tanpa batas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan memberikan modal tanpa batas kepada masyarakat tentunya menjadi solusi bagi masyarakat dalam mengembangkan usaha nya dengan dana yang mencukupi.

3. Apakah anda pernah melakukan MOU dalam hal pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab: melakukan MOU dan bekerja sama dengan asuransi jiwa dan asuransi kebakaran.

4. Apakah dampak positif dari pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab: Meningkatkan pendapatan dan membantu masyarakat dalam berwirausaha.

5. Bagaimanakah cara BNI Syariah melihat pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab: Dilihat dari nasabah yang selalu menggunakan akad musyarakah dan dilihat dari persentase pembiayaan produktif pada akad musyarakah sebesar 50% dan permintaan dari masyarakat.

6. Dari pihak anda, adakah kriteria khusus dalam memberikan modal usaha? Apa saja kriteria tersebut!

Jawab: Dalam memberikan pinjaman modal BNI Syariah menggunakan 5C yaitu, (*Character, Capacity, Capital, Commitment, dan Collateral*).

7. Adakah peraturan yang menjadi pedoman dalam menentukan besar kecilnya dalam pemberian modal usaha tersebut?

Jawab: Ada dilihat dari kebutuhan nasabah, benar atau tidaknya kebutuhan yang diperlukan, dilihat dari analisa fisibility dan dilihat dari kapasitas pembayar bisa atau tidak mengangsur pembiayaan tersebut.

8. Selama proses pembiayaan berlangsung adakah kelemahan-kelemahan yang terjadi di dalam akad musyarakah? Apa saja kelemahan tersebut!

Jawab: sampai saat ini BNI Syariah belum menemukan kelemahan-kelemahan pada akad musyarakah.

9. Apakah anda sudah berhasil dalam pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab: Sudah berhasil dilihat dari banyaknya nasabah menggunakan akad musyarakah pada periode maret 2017.

10. Contoh usaha apa saja yang dibiayi oleh BNI Syariah?

Jawab: Tambak udang, usaha bahan bangunan, pedagang eceran seperti peternak sapi.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil di BNI Syariah Cabang Tanjungkarang, Jl. Jendral Sudirman Bandar Lampung:

Strategi pengembangan produk, strategi ini menyangkut perubahan atau penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk: Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan *latent* dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang. Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan. Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk terdiri dari dua jenis yaitu berkaitan dengan fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja kursi, rumah dan mobil, serta produk tidak berwujud seperti jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil yang di berikan oleh PT. Bank BNI Syariah kepada masyarakat yaitu dengan memberikan dana kepada masyarakat tanpa batas nominal dan juga PT. Bank BNI Syariah dalam memberikan dana tanpa batas kepada masyarakat dengan cara analisa fisibility dan dilihat dari kapasitas pembayar. Berdasarkan laporan unit SME Officer per maret 2017 diketahui bahwasannya akad musyarakah menjadi akad yang dominan di pilih nasabah untuk melakukan pembiayaan usaha mikro dan kecil. Dibuktikan dengan persentase sebesar 50% akad musyarakah berada pada posisi pertama dari akad lainnya seperti akad mudharabah yang hanya menempati posisi kedua yaitu sebesar 35% dan pada posisi terakhir yaitu akad murabahab sebesar 15%. Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwasannya perkembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil cukup berkembang dan diminati oleh kalangan masyarakat. Nasabah yang dibiayai oleh BNI Syariah ini mempunyai usaha (UMKM), contoh: usaha tambak udang, usaha bahan bangunan dan pedagang eceran misalnya penjual pupuk dan bawang. Dalam memberikan pinjaman modal BNI Syariah menggunakan 5C (*Character, Capacity, Capital, Commitment, dan Collateral*). Nominal pinjaman usaha yang diberikan BNI Syariah dilihat dari kebutuhan nasabah. Dengan melakukan analisa *Fisibility* dan dilihat dari kapasitas pembayar, bisa atau tidaknya mengangsur pembiayaan tersebut. Sejauh ini belum ada

kelemahan pada akad musyarakah. Untuk meningkatkan kewaspadaan BNI Syariah bekerja sama dengan pihak Asuransi tujuannya untuk melindungi nasabah dan usaha nasabah contohnya seperti asuransi jiwa dan asuransi kebakaran. Untuk sejauh ini Menurut Bapak Moch. Farizal selaku unit SME Officer (pembiayaan produktif) sampai saat ini pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil cukup berkembang dan berhasil dilihat dari banyaknya nasabah yang melakukan pembiayaan per Maret 2017 sebesar 50% dan pembiayaan musyarakah modal kerja yang disalurkan kepada para usahawan tentu memiliki dampak positif bagi perkembangan usahanya. Para usahawan yang dulunya memiliki modal sedikit sekarang dengan bantuan pembiayaan menjadi memiliki modal yang banyak dan peningkatan omzet bertambah.

Dapat diketahui bahwa hasil pembiayaan musyarakah pada PT. Bank BNI Syariah pada bulan Juli 2016 dengan nominal Rp 2.705.334 juta, sampai dengan Desember 2016 dengan nominal Rp 3.021.748 juta maka jumlah total pembiayaan musyarakah yang terealisasi dari Juli sampai Desember sebesar Rp 16.898.358 juta. Sedangkan PT./ Bank Muamalat Indonesia yang memperoleh nominal dari bulan Juli 2016 sebesar Rp 20.801.970 juta dengan Desember 2016 sebesar Rp 20.900.776 juta maka jumlah total pembiayaan musyarakah yang terealisasi dari Juli sampai Desember 2016 sebesar Rp 124.947.782 juta dengan demikian PT. Bank BNI Syariah masih berada di peringkat

ke lima sedangkan pada posisi pertama dicapai oleh PT. Bank Muamalat Indonesia dari seluruh Bank Umum Syariah (BUS) yang ada di Indonesia. Sedangkan pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung akad musyarakah masih menjadi akad yang didominasi yang digunakan nasabah dalam proses pembiayaan dilihat dalam persentase per maret 2017 akad musyarakah berada pada posisi pertama dari akad-akad lainnya yaitu dengan jumlah persentase 50% untuk akad musyarakah. Sedangkan 30% untuk akad mudharabah, dan yang terakhir 15% untuk akad murabahah.

Berdasarkan penjelasan di atas dan teori pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro, kecil dan menengah yang telah penulis paparkan dalam bab sebelumnya. Menurut penulis, pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro, kecil dan menengah di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung telah berkembang sesuai dengan didominasinya akad musyarakah dalam proses pembiayaan dengan bukti memberikan modal tanpa batas kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu dengan memodifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan membuat BNI Syariah menjadi perbankan syariah yang diminati oleh nasabah tentunya hal ini berdampak pada pembiayaan musyarakah di BNI Syariah yang mengalami peningkatan per maret

2017 dimana akad musyarakah menjadi akad yang paling didominasi dalam pembiayaan.

B. Tinjauan Hukum Islam Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah.

Di antara beberapa jenis muamalah, terdapat satu akad transaksi yang dikenal dengan istilah musyarakah. Musyarakah adalah akad antara dua orang atau lebih dengan menyetorkan modal dengan keuntungan dibagi sesama mereka menurut porsi yang telah disepakati. Musyarakah lebih dikenal dengan sebutan syarikah, merupakan gabungan pemegang saham untuk membiayai suatu proyek. Keuntungan dari proyek tersebut dibagi menurut persentase yang disetujui. Seandainya proyek tersebut mengalami kerugian, maka beban kerugian tersebut ditanggung bersama oleh pemegang saham secara proposional. Musyarakah merupakan salah satu bentuk bagi hasil yang dilaksanakan dalam sistem perbankan syari'ah. Prinsip ini digunakan sebagai salah satu dasar dalam penyaluran dana atau disebut dengan pembiayaan. Sesuai dengan konsep yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, pembiayaan musyarakah adalah kesepakatan antara lembaga keuangan dengan anggota untuk membiayai suatu usaha, dimana lembaga keuangan dan anggota secara bersama-sama menyediakan dana dan atau ikut serta dalam kerja. Salah satu penyaluran dana (pembiayaan) di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung. menggunakan sistem musyarakah. Modal dalam akad musyarakah berupa uang tunai yang digunakan untuk mengembangkan usaha, kemudian modal dan usaha tersebut dijadikan

satu. Sebagaimana dalam Pasal II ayat (1) akad musyarakah, bahwa pembiayaan tersebut benar-benar hanya digunakan untuk membiayai modal kerja. Jadi seolah antara BNI Syariah dengan anggota sama-sama memiliki, karena pihak BNI Syariah juga melakukan pengawasan dan memberikan motivasi untuk kemajuan usaha yang dilakukan anggota. Penentuan bagi hasil akad musyarakah yang terjadi di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung dilakukan pada saat pihak BNI Syariah dan anggota melakukan kesepakatan, yaitu pada waktu melakukan akad musyarakah. Dalam akad tersebut dijelaskan bahwa keuntungan masing-masing pihak sebesar 15% untuk pihak BNI Syariah dan 85% untuk pihak anggota (nasabah). Sebagaimana dalam pasal III ayat (3) akad musyarakah, bahwa anggota yang memperoleh pembiayaan wajib mengembalikan modal/pokok ditambah bagi hasil selama waktu tertentu (misalnya 36 bulan). Untuk modal/pokok dikembalikan dalam jumlah yang sama pada setiap bulannya, namun bagi hasilnya diberikan setiap bulan dalam jumlah yang tidak sama (sesuai dengan besar-kecilnya keuntungan bersih usaha). Hal ini mengakibatkan masing-masing pihak terhindar dari riba. Berdasarkan penjelasan di atas dan teori musyarakah yang telah penulis paparkan dalam bab sebelumnya. Menurut penulis, praktik musyarakah di BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung telah sesuai dengan prosedur musyarakah dalam hukum Islam. Dimana BNI Syariah dan anggota secara bersama-sama berserikat dalam hal modal dan

keuntungan, dan tidak mensyaratkan persamaan modal dan keuntungan dan pertanggung jawabannya sesuai dengan besar modal.

Dalam musyarakah, terdapat beberapa landasan hukum yang secara tidak langsung terkait dengan kegiatan musyarakah, diantaranya firman Allah menegaskan bahwa:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ^ط وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ
أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٣٨﴾

Artinya: Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat. (QS.Shad (38):24)¹

Kebanyakan orang yang bekerjasama itu selalu ingin merugikan mitra usahanya, kecuali mereka yang beriman dan melakukan amalan yang sholeh karena merekalah yang tidak mau mendhalimi orang lain. Tetapi alangkah sedikitnya jumlah orang-orang seperti itu.²

¹ Moh.Rifai dan Rosihin Abdulghoni, *Al-Quran dan Terjemah*(Semarang:CV.WICAKSANA, h. 410-411

² TM. Hasbi Ash Shidieqi, *Tafsir al Qur'anul Majid al Nuur*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000), h.3505.

﴿وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُنَّ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَهُنَّ وَلَدٌ
 فَلَكُمْ الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَنَّ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوَصِّينَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ ۚ وَلَهُنَّ
 الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَتُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَكُمْ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَكُمْ وَلَدٌ فَلَهُنَّ الثُّمْنُ مِمَّا
 تَرَكَتُمْ ۚ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ تُوصُونَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ ۗ وَإِنْ كَانَ رَجُلٌ يُورَثُ كَلَلَةً
 أَوْ امْرَأَةً وَلَهُ أَخٌ أَوْ أُخْتُ فَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا السُّدُسُ ۚ فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ
 ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ ۚ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَىٰ بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرِ مُضَارٍّ وَصِيَّةُ
 مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: dan bagimu (suami-suami) seperdua dari harta yang ditinggalkan oleh isteri-isterimu, jika mereka tidak mempunyai anak. jika isteri-isterimu itu mempunyai anak, Maka kamu mendapat seperempat dari harta yang ditinggalkannya sesudah dipenuhi wasiat yang mereka buat atau (dan) seduah dibayar hutangnya. Para isteri memperoleh seperempat harta yang kamu tinggalkan jika kamu tidak mempunyai anak. jika kamu mempunyai anak, Maka Para isteri memperoleh seperdelapan dari harta yang kamu tinggalkan sesudah dipenuhi wasiat yang kamu buat atau (dan) sesudah dibayar hutang-hutangmu. jika seseorang mati, baik laki-laki maupun perempuan yang tidak meninggalkan ayah dan tidak meninggalkan anak, tetapi mempunyai seorang saudara laki-laki (seibu saja) atau seorang saudara perempuan (seibu saja), Maka bagi masing-masing dari kedua jenis saudara itu seperenam harta. tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada ahli waris)[274]. (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari'at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Penyantun. (QS. An-Nisa (4): 12).³

Bagian waris yang diberikan kepada saudara seibu baik laki-laki maupun perempuan yang lebih dari seorang, maka bagiannya adalah

³ Moh Rifa'I dan Rosihin Abdulghoni, Op.Cit. h. 70

sepertiga dari harta warisan. Dan dibagi rata sesudah wasiat dari almarhum ditunaikan tanpa memberi madhorot kepada ahli waris.⁴

⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir al Misbah, jld. 3* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 366.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum pengembangan produk musyarakah pada UMKM yang dijalankan oleh BNI Syariah sudah berhasil dan berkembang serta berdampak positif bagi kesejahteraan para usahawan yang sedang membutuhkan modal untuk usahanya.
2. Tinjauan Hukum Islam dalam pembiayaan musyarakah telah sesuai dengan prosedur musyarakah dalam hukum Islam dimana BNI Syariah dan nasabah secara bersama-sama berserikat dalam hal modal dan keuntungan.

B. Saran-saran

Setelah penulis meneliti dan mengamati permasalahan sebagaimana tersebut diatas, maka penulis mencoba untuk mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Dalam upaya pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada UMKM ini lebih di tekankan lagi dengan ciri yang menonjol dan ada perbedaan dengan produk pembiayaan yang lain.
2. Pelayanan prima dan kenyamanan nasabah harus lebih di tingkatkan guna meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk pembiayaan musyarakah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahim Akim, Martawireja Erlangga Aji, Yaya Rizal, *Akutansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Antonio Syafi'i Muhammad, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Anoraga Pandji, *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011
- Hamali Yusuf Arif, *Pemahaman Strategi Dan Kewirausahaan*, Jakarta: Prenemedia Group, 2016
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenemedia Group, 2011
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Perss, 2011
- Keller Lane Kevia dan Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008
- Komarudin Ade, *Politik Hukum Integratif UMKM Kebijakan Negara Membuat UMKM Berdaya Saing*, Jakarta: RMBOOKS, 2014
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2014
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan (UPP) AMP YKPN, 2005
- Minor Michael Dan Women C John, *Prilaku Konsumen Jilid 1 Edisis Kelima*, Jakarta: Erlangga, 2002
- Sjahdeini Remy Sutan, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek Hukumnya*, Jakarta:Kencana, 2014

Soemitra Andri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenemedia Group, 2009

Susanto A.B dan Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001

Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014

Veithzal Permata Andrian, Rivai Veithzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008

Zuriah Nurul, *Metodelogi Penelitian Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006

Profil dan Produk Bank BNI Syariah” (On-line), tersedia di:<http://www.syariahbank.com.htm> (08 Juni 2017 Pukul 20.39)

Sejarah BNI Syariah” (On-line), tersedia di:<http://www.bnisyariah.co.id.htm> (Di unduh pada tanggal 08 Juni 2017, Pukul: 20.21)

Visi Dan Misi BNI Syariah” (On-line), tersedia di:<http://www.bnisyariah.co.id.htm> (08 Juni 2017 Pukul 20.49)

Emi Widiawati, *Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Bank Surabaya*, Thesis, Surabaya: Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015

Hartoko Didik, *Strategi Pengembangan Organisasi Rumah Tahfidz QU Deresan Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah, 2012

Nuraeni Siti, *Strategi Pengembangan Organisasi BMT BIF Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 20019

Moh. Rifa’I dan Rosihin Abdulghoni, *Al-Qur’an dn Terjemah*, Semarang: CV.WICAKSANA

TM. Hasbi Ash Shidieqi, *Tafsir al Qur’anul Majid al Nuur*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000), h.3505.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil ?

Jawab:

2. Sejauh ini apa yang telah dilakukan pihak anda selama proses pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil ?

3. Apakah anda pernah melakukan MOU dalam hal pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab:

4. Apakah dampak positif dari pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab:

5. Bagaimanakah cara BNI Syariah melihat pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab:

6. Dari pihak anda, adakah kriteria khusus dalam memberikan modal usaha? Apa saja kriteria tersebut?

Jawab:

7. Adakah peraturan yang menjadi pedoman dalam menentukan besar kecilnya dalam pemberian modal usaha tersebut?

Jawab:

8. Selama proses pembiayaan berlangsung adakah kelemahan-kelemahan yang terjadi di dalam akad musyarakah? Apa saja kelemahan tersebut

Jawab:

9. Apakah anda sudah berhasil dalam pengembangan produk musyarakah pada usaha mikro dan kecil?

Jawab:

10. Contoh usaha apa saja yang dibiayai oleh BNI Syariah?

Jawab:



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl.Let.Kol. H.Endrosuratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Maya Mailina
NPM : 1351020086
Pembimbing I : Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si.
Pembimbing II : A.Zuliansyah, M.M
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan
Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Studi BNI
Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Jl. Jendral
Sudirman, Bandar Lampung)

No.	Tanggal Konsultasi	Masalah yang Dikonsultasikan	Paraf Pembimbing	
			I	II
1.	02 Nov 2016	Bimbingan Pengajuan Judul oleh Pembimbing Akademik		
2.	15 Jan 217	Bimbingan Proposal penelitian oleh Pembimbing Akademik		
3.	09 Feb 2017	Seminar Proposal Pembimbing I dan II		
4.	26 Feb 2017	Bimbingan Bab 1 dan 2 oleh Pembimbing II		
5.	08 Juni 2017	ACC Bab 1 dan Bab 2 oleh pembimbing II		
6.	20 Juni 2017	Bimbingan Bab 1 dan Bab 2 oleh Pembimbing I		
7.	25 Juni 2017	Bimbingan Bab 1 sampai Bab 5 oleh Pembimbing II		
8.	29 Juni 2017	Perbaikan Abstrak dan Daftar Riwayat Hidup oleh		

		Pembimbing II		
9.	26 Juli 2017	ACC Bab 1 sampai Bab 5 oleh Pembimbing II		
10.	29 July 2017	Bimbingan Bab 1 sampai Bab 5 oleh Pembimbing I		
11.	31 July 2017	Perbaikan Bab 1 sampai 5 dan hasil penelitian oleh Pembimbing I		
12.	8Agustus 2017	Acc Munaqasyah oleh pembimbing I		

Pembimbing I,

**Bandar Lampung, Agustus 2017
Pembimbing II,**

Dr.Hj.Heni Noviarita, S.E.,Msi
NIP.196511201992032002

A.Zuliansyah,.M.M
NIP. 198302222009121003